المؤتمر الدولي التاسع حول القضايا الراهنة للغات، علم اللغة، الترجمة والأدب

1-2 فبراير 2024 ، الأهواز

الخطاب البرلماني بين الإقناع والإمتاع

الباحثة: رقية بنت سيف بن حمود البريدية

جامعة السلطان قابوس-كليّة الآداب والعلوم الاجتماعيّة

إنّ الخطاب البرلماني ولاسيما خطاب مناقشة البيانات الوزارية قائمٌ على رغبة كلِّ طرفٍ بإقناع الآخر، حتى يقطف أحدهما ثمرة التأثير الفكري والإقناع العقلي، ولابدّ لأي متكلم أن يضمن اتصال عقل المتلقي بما يقوله ليضمن إقناعه، ولاسيما إذا طال الحديث، لذلك لا يكتفي المتحدث عادة بمجرد التخطيط لإقناع المتلقي وإنما وجب ضمان اتصاله العقلي والذهني بالحديث لحصول الاستجابة، وهذا لا يكون إلا إذا وجد المتلقي ما يُمْتِعه ويُطرِب آذانه للإصغاء إليه وجذب اهتمامه.

لذلك فإننا في هذا المبحث ندرس العوامل المؤثرة على الإمتاع في خطاب مناقشة البيانات الوزارية في مجلس الشورى العماني، إلى أن يصل المتكلم بالمتلقي إلى الإقناع العقلي، ولا شك بأن الخطاب السياسي رغم رتابته في كثير من الأحيان إلا أنه أيضًا يحتاج لنوافذ من الإمتاع المتمثل في الأساليب وتنويع الاستراتيجيات وإدخال التشويق وغيره، فالإقناع إنما يترتب على الاستراتيجية التي يتكلم بها المتكلم وما تتطلبه تلك الاستراتيجية من الأساليب المختلفة.

أما الإمتاع فنجده يكمن في الأساليب البلاغية واستخدام لغة الجسد، وتنويع استراتيجيات الإمتاع، لذلك فإن خطاب المناقشات البرلمانية قائم على خصائص تحافظ على الإمتاع إلى حين تمام الإقناع، ويكون تأثيرها واستخدامها من المتكلم أقوى في البيان والإقناع لمن يسمع أو يشاهد.

إن الإقناع والتأثير في الخطاب الحجاجي السياسي بشكل عام يتميّز عن غيره من الخطابات بأنه لا يشترط الاستجابة الظاهرة بشكل مباشر من المتلقي، إذ يكون التأثير داخليا في نفس المتلقي، كما أن القدرة على الاقناع السياسي يدخل في إبداع السلطة؛ فليس من السهل التحكم في نفس المتلقي وعقله في الجوانب السياسية، وربما هذا يجعل السياسيين يلجؤون إلى تسخير المعتقدات الشعبية والدينية للوصول إلى أفكارهم، ومن هنا خرجت عبارة كارل ماركس الشهيرة(الدين أفيون الشعوب) ونظن أنها لا تنكر الدين بل تقر بقدرة الدين على التحكم في عقول البشرية. وعند تتبع جلسات مجلس الشورى العماني خلال الفترة السابعة وجدنا أن أبرز مظاهر الإمتاع في خطاب مناقشات مجلس الشورى العماني ما يلي:

أولاً: استخدام اللغة الفصيحة والأساليب البلاغية:

جاء في البيان والتبيين "إذا كان المعنى شريفا واللفظ بليغا، وكان صحيح الطبع، بعيداً من الاستكراه، ومنزها عن الاختلال مصونا عن التكلف، صنع في القلوب صنيع الغيث في التربة الكريمة"(1). ويشير الجاحظ على ما يجب أن يكون عليه الكلام من الجمع بين الإقناع والإمتاع ولكن بطرائق تتفق مع سنن العرب ومجاري كلامهم(2).

وإن تتبعنا تعريفات البلاغة عبر العصور الأدبية سنجدها مرتبطة بوصول المعنى للقلب، فهي عند العسكري مثلاً " كل ما تبلغ به المعنى قلب السامع فتمكنه في نفسه لتمكنه في نفسك مع صورة مقبولة ومعرض حسن" (3) والوصول لقلب السامع يقصد به الإمتاع، لذلك كانت لغة الخطاب وبلاغته أولى أساليب الإمتاع للوصول إلى الإقناع.

وقد عُرِف المجتمع العمانى منذ قديم الأزل بعنايته الكبيرة بعلوم اللغة العربية على اعتبارها بوابة العبور للعلوم الشرعيّة، وهذا ما أنتَج لدينا ما نسميه بالأسر أو البيوت المحافظة، وهى تقسيمات مجتمعية لها وزنها الاجتماعى ويعرف أفرادها بتربيتهم الدينية، فينالون تقدير القبيلة والبلدة التى ينتمون إليها، لذلك من الطبيعى أن يكونوا الأكثر حظًا فى حال ترشحهم لمجلس الشورى، إذ لا يخلوا مجلس الشعب من هذه الفئة المجتمعية، وهم فى الحقيقة أكثر فئة من أعضاء المجلس قدرة على استدعاء النصوص المحفوظة من الحكم والأمثال، والشعر، والنصوص الدينية والصور البليغة، ومزجها بالمعارف المتعلقة بالمداخلات المطروحة على الوزير بهدف الإمتاع وخدمة الأهداف السياسيّة أو الاجتماعيّة.

ولا يختلف الخطاب الشفاهى عن المكتوب فى تأثيره البلاغى على المتلقى عند تشغيل الذاكرة إذا يفعل الخطيب ذلك بالاستحواذ على المستمع عندما ينجح فى الاسترجاع السلس لخطابه وإلقائه بكل مهارة، والتواصل مع المتلقى عن طريق تذكيره بنصوصٍ مألوفةٍ ذات وقع فى نفسه، أو باستحضار نصوص غريبة عليه يأنس لها ويتفاعل معها(4).

وعند الحديث عن الإمتاع بالبلاغة لابدّ لنا أن نعرج على المدرسة الكلاسيكية التى تمتاز بعنايتها ببلاغة الإمتاع والإقناع، وتهدف إلى اكتساب المتكلم أو المجادل بلاغة يستطيع بها أن يحقق الأهداف التى يسعى إليها، لذلك اهتمت المدرسة بالصور التى تشمل التصوير والاستعارة والمجاز والكناية والتشخيص والقصر والإطناب وغير ذلك من الأوصاف والأغراض البلاغية، وهذا ما جعلها مدرسة تعليمية جلّ وظيفتها تعليم فنون البلاغة والكلام والفصاحة والتلقين للكاتب والمتكلم والخطيب من أجل الوصول إلى الأغراض التى يقصدونها.

ولا ننسى أن البلاغة عند البعض من الأمور التى يتقوى بها المرء على الجدل وتضليل الخصوم كما هو الحال عند اليونانيين والسوفسطائيين، حيث يعتمدون على البلاغة فهى عندهم الطريق فكانوا يتكسّبون بها ويرتزّقون منها، فكلما تفوق الرجل منهم فى البلاغة . والفصاحة كان قادراً على أن يصل إلى درجة أعلى من الوصول إلى الأهداف المطلوبة فى الجدال والخصومة والمحاورة، فقد كانوا يفحمون خصومهم بما يملكون من الخطابة والبلاغة والفصاحة؛ لأنهم يهدفون للتكسب بها أكثر حتى من رغبتهم فى الوصل للحقيقة.

- وقد رفض هذا المنهج أفلاطون وسقراط وانتقدا هذا الأمر بشدّة، فقد رفضا التصورات الجدلية التي افترضها السوفسطائيون؛ لأنها تحمل طابع الخداع والتشكيك والغش والكذب، ولا تحمل طابع الحقيقة والصدق والوصول إلى الأهداف الحقة التي تحمل الصدق والأمانة، وقد صارت هنا البلاغة تخرج من طريقين: إما طريق التضليل والكذب، أو طريق الصدق والحق والأمانة، أما في الأصل فالهدف من البلاغة الحجاجية هو الوصول إلى الحق المطلق الذي يجب على الجميع التمسك به والعمل عليه، فالإقناع يتحقق حينما يصل إلى المستمعين القول الخطابي الصحيح حينما يستشعروا انفعالا، وخطاب في ماهيته يتوصل به إلى الحق المبين أو إلى الضلال والتشكيك حينما نستخرج الصحيح أو الباطل من هذا الخطاب (5).

والبلاغة عند أرسطو مميزة بين ثلاثة طرق:

- الطريق الأول: الخطاب القضائي، ويهدف إلى تحقيق العدالة.
- والطريق الثاني: الخطاب الاستشاري وهو ما يهدف إلى السياسة وتحقيق المصلحة العامة.
- والطريق الثالث: الخطاب البرهاني المعتمد على المدح والذم للآخرين، بعدها استقلت البلاغة بعيدة عن الفلسفة والسياسة والجدل والأخلاق، وانحصرت في الجانب القضائي والسياسي، بعيدا عن المدرسة الفلسفية(6) .

والبلاغة العربية غنيّة بأساليب الإقناع والإمتاع التى يغلب عليها طابع البرهان والحجة والإقناع كالمذهب الكلامى، وحسن التعليل، والطباق والمقابلة، والجناس والسجع، والتكرار والحذف،...الخ (7).

ونجد جمال اللغة العربية بما تحمله من بلاغة المنطق وحسن التصوير وبراعة اختيار اللفظ، والمحسنات البديعيّة حاضرة بقـوّة فى الكثير من المداخلات، ولاسيّما تلك المنقولة إعلاميًّا.

ثانيًّا: تنويع استراتيجيات الخطاب:

يختلف البشر في مستويات أفكارهم وطرق تعبيرهم عنها، فكلّ فردٍ منهم تشكله مجموعةٌ من الرؤى المتباينة وفقًا لمرجعيّته المعرفيّة، والثقافيّة، والاجتماعيّة، والدينيّة، والسياسيّة، وهذا المزيج ينتج تنوّعًا كبيرًا في مجلس الشورى بالذات؛ كونه حصيلة انتخابات شعبيّة من محافظات وولايات تختلف في بيئاتها وأنماط حياتها الاجتماعيّة وانتماءاتها الدينيّة المذهبيّة، لذلك تصعب رؤية توافق في أساليب المناقشة البرلمانيّة واستراتيجيات الاقناع المستخدمة بين عضو وآخر، كما أنَّ الخبرة اَلبرلمانيّة تعدّ مؤثّرًا مُهمًّا في أساليب المناقشة وتنويع السياقات والعناصر التي يتشكل بها الخطاب، حيث تتضح تَدْرِيجِيًّا أَمام العضو البرلمانيّ مفاتيحُ الإقناعِ في المواقِف المختلفةِ، والتي تجعله مميّزا في طرحه بين أقرانه.

فعندما ينتج المتحدِّث خطابه عبر التنوع الأسلوبي والتشكيل اللغوي فهذا يدخله في نطاق تنوع استراتيجيات الخطاب، فلا يتوقف التواصل بين الناس على اللغة وحدها، سواء أكان هذا الاستعمال مكاتبة أم شفاهة، لذلك يستخدمون أدوات أو استراتيجيات منظمة تتناسب مع مرجعياتهم الاجتماعية والثقافية، "إن الناس ينتمون إلى جماعات اجتماعية، مما يجعلهم يتبعون نماذج من السلوك العام والمتوقع داخل الجماعة"(8).

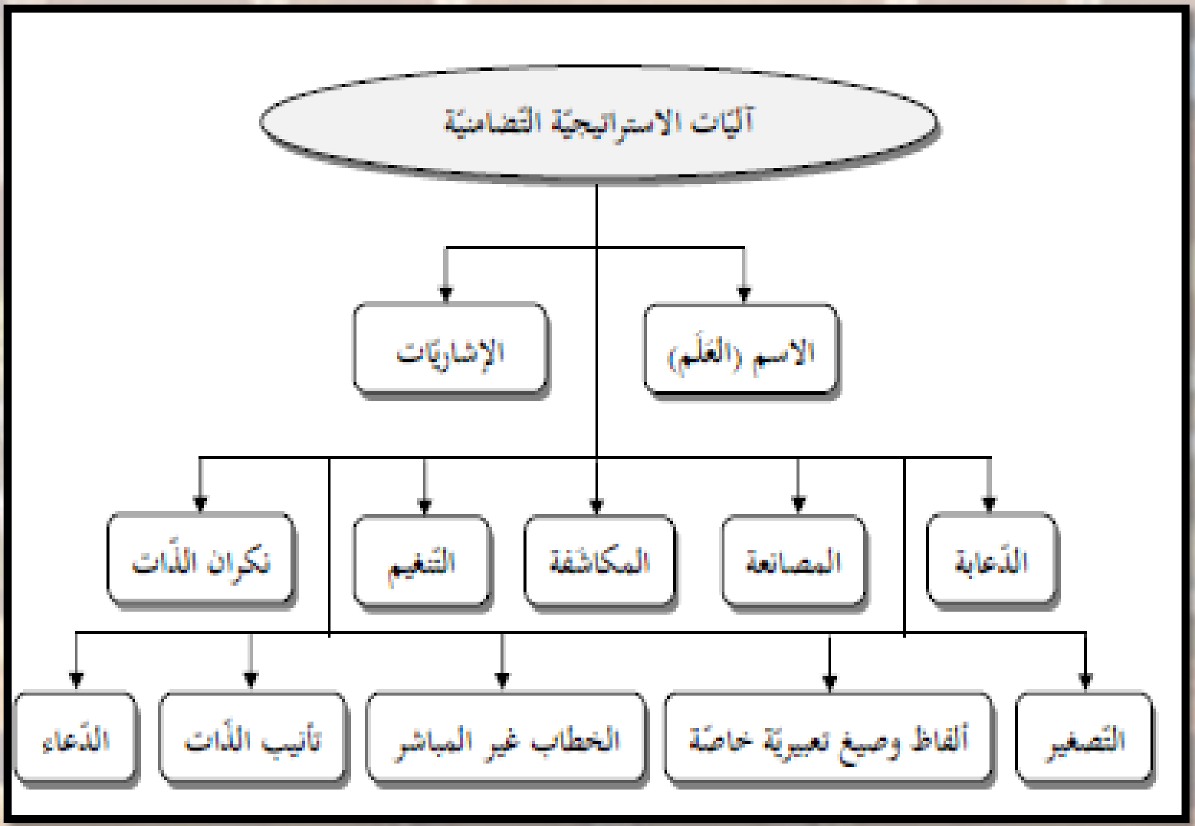
وتتمثل الاستراتيجية في أمرين، هما :الأدوات والآليات؛ فأما الأدوات فهي كل ما اتصل بالألفاظ والعبارات والتراكيب، وأما الآليات فهي الطرائق والأساليب التي يأخذها شكل الخطاب"(9). ويتوجب علينا البحث في أنواع استراتيجيات الخطاب، قبل البحث في تأثير تنوعها على الخطاب السياسي وما تحدثه من الإمتاع في حال حضورها.

- أنواع استراتيجيات الخطاب:

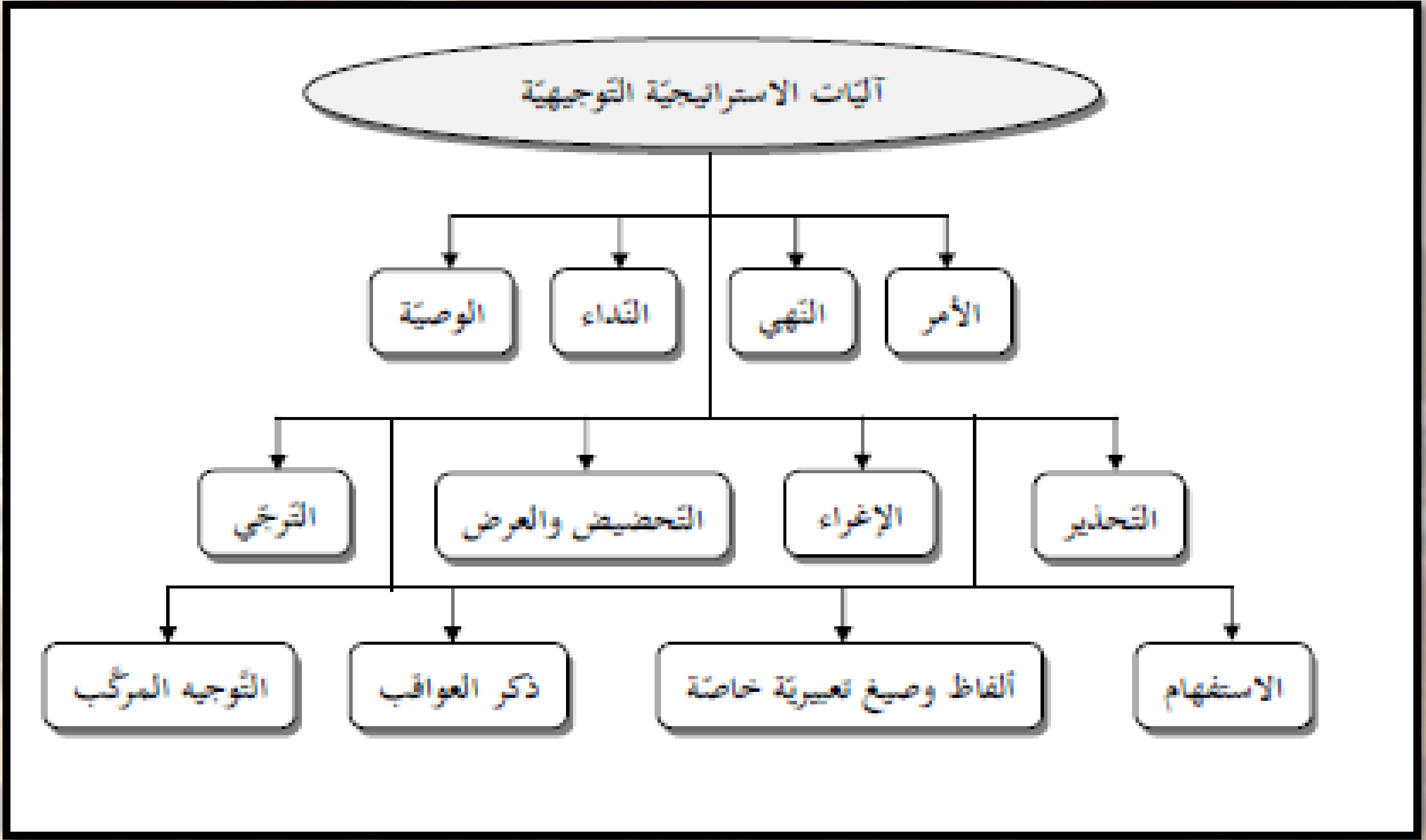
عند البحث في أنواع استراتيجيات الخطاب وجدنا عدة معايير لتصنيفها "يتمثل المعيار الأول لتصنيف استراتيجيات الخطاب في دلالة الشكل اللغوي على المعنى المقصود لدى المرسل، ويكون القصد إما قصداً مباشرا وإما قصداً غير مباشر يفهم من سياق الخطاب، وعليه يمكن الحديث عن استراتيجيتين خطابيتين مختلفتين، تركز الأولى على المعنى الحرفي، في حين تعتمد الاستراتيجية الثانية على التلميح"(10)، أما في الدراسات التداولية فتصنّف الاستراتيجيات الخطابية وفق ثلاثة معايير، وهي: (11)

1. المعيار الاجتماعى: ويتعلق بالعلاقة بين طرفى التخاطب (المرسل والمتلقى)، وقد تفرعت عن هذا المعيار استراتيجيتين هما:

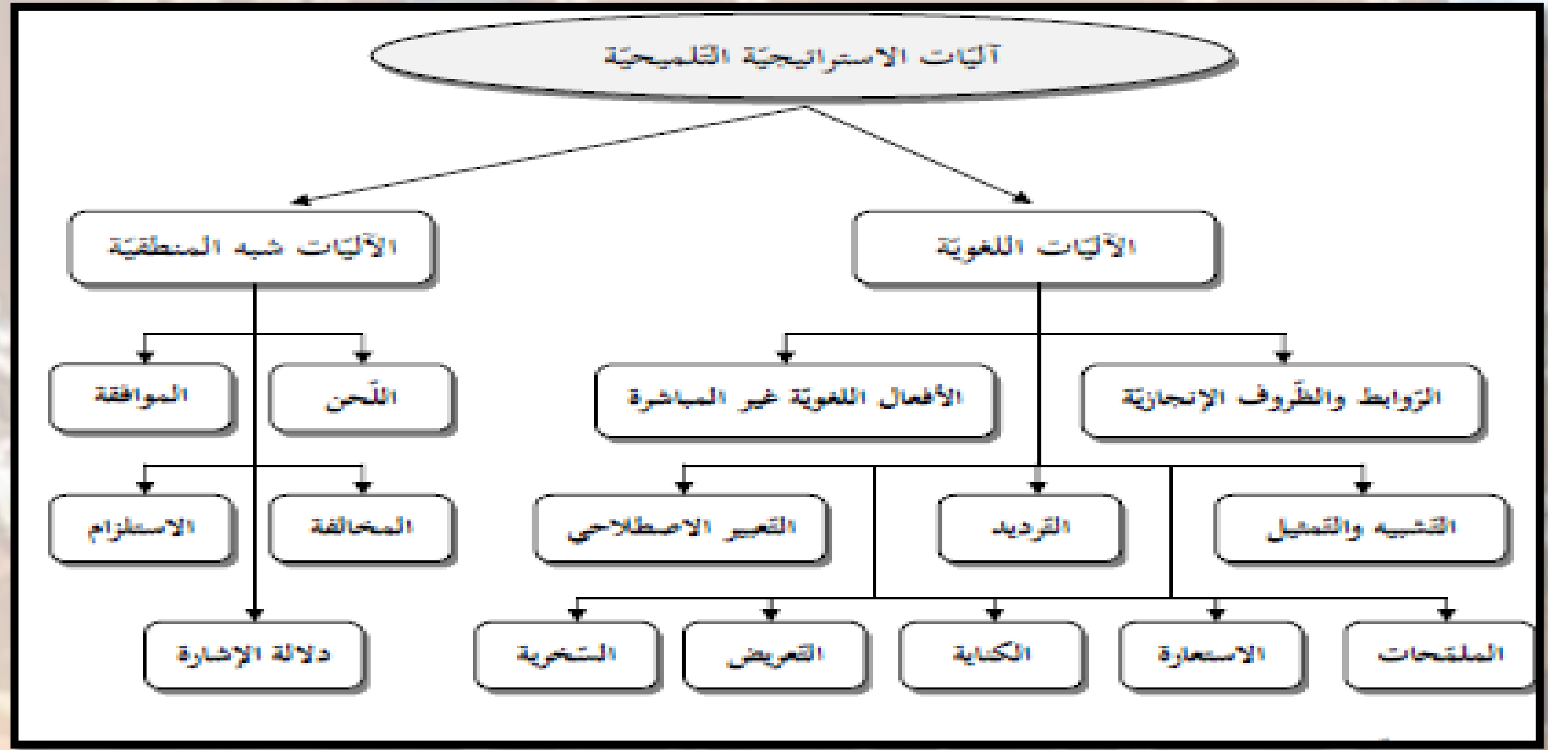
أ- الاستراتيجية التضامنية: وتعرف فى الدراسات التداولية بأنها:" الاستراتيجية التى يحاول المرسل أن يجسد بها درجة علاقته بالمرسل إليه ونوعها، وأن يعبر عن مدى احترامه لها ورغبته فى المحافظة عليها، أو تطويرها بإزالة معالم الفروق بينهما، بتفهم حاجة الجمهور وإجمالا؛ هى محاولة التقرب من المرسل إليه(12) ".ويمكن تلخيص آليات استراتيجية التضامنية(13) كما فى الشكل(1) :



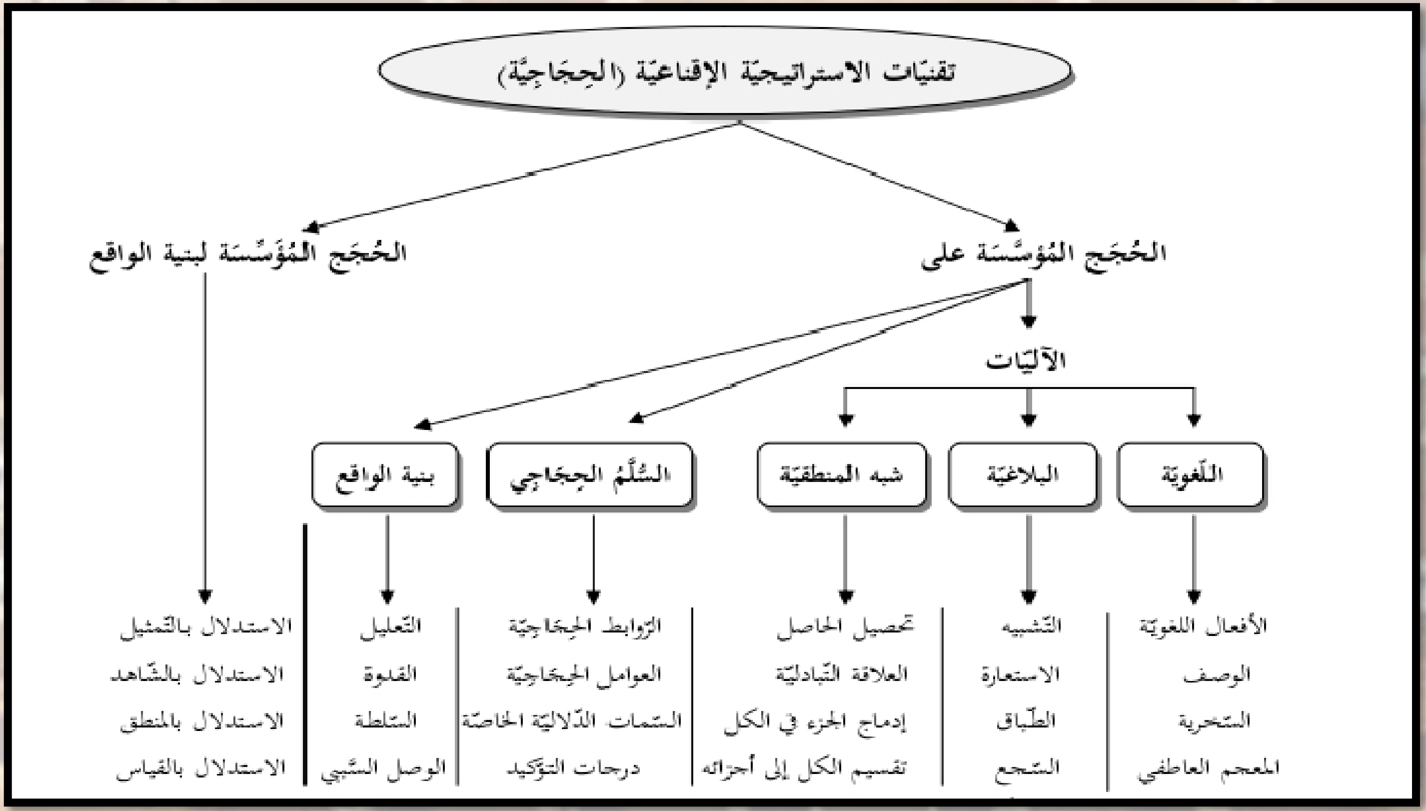
ب- **الاستراتيجية التوجيهية :** وتتسم هذه الاستراتيجية بالوضوح في التعبير عن قصد المرسل فهو لا يدع للمتلقي فرصة التأويل، فالمقصد يتحقق بأفعال لغوية صريحة بالسياق(14) . ويمكن تعريفها بأنها الاستراتيجية التي يرغب المرسل بها تقديم توجيهات ونصائح وأوامر ونواه يفترض أنها لصالح المخاطب أو المرسل إليه، ولا يعد التوجيه هنا فعلا لغويا فحسب، وإنما يعد وظيفة من وظائف اللغة التي تعنى بالعلاقات الشخصية حسب تصنيفها، إذ إن اللغة" تعمل على أنها تعبير عن سلوك المرسل وتأثيره في توجهات المرسل إليه "وسلوكه(15). ويمكن تلخيص آليات استراتيجية التوجيهية (16)كما في الشكل (2) :



- معيار شكل الخطاب: ويتعلق بشكل الخطاب اللغوي للدلالة على قصد المرسل، وعن هذا المعيار تفرعت الاستراتيجية التلميحية، وتعرف هذه الاستراتيجية بأنها:"الاستراتيجية التي يعبر فيها المرسل من غير طريق التصريح المباشر والدلالة الظاهرة، بل يختار أن ينقل قصده عبر طرق دلالية غير مباشرة (التضمين implication أو الاقتضاء (presupposition يحتاج معها المرسل إليه إلى إعمال آليات الاستدلال للوصول إلى القصد الأصلي، فهي استراتيجية يحتاج فهمها إلى الانتقال من المعنى الحرفي للخطاب إلى المعنى المضمر الذي يدل عليه عادة السياق بمعناه العام الاستراتيجية التلميحية هي الاستراتيجية التي يعبر بها المرسل عن القصد بما يغاير معنى الخطاب الحرفي، لينجز بها أكثر مما يقوله، ويتجاوز المعنى الحرفي لخطابه، فيعبر عنه بغير ما يقف عنده اللفظ مستثمرا في ذلك عناصر السياق(17). ويمكن تلخيص آلياتها(18) في الشكل (3) :



4. **معيار هدف الخطاب:** وعنه تفرعت الاستراتيجية الحجاجية أو استراتيجية الإقناع، وهى استراتيجية تداولية تكتسب اسمها من هدفها من الخطاب: إذ ينبنى فعل الإقناع وتوجيهه دوما على افتراضات سابقة بشأن عناصر السياق خصوصا المرسل إليه، والخطابات السابقة والخطابات المتوقعة"، فصاحب الخطاب الإقناعى دائما ما يبنى خطاباته على من سبقوه لتحديد موقفه ومكانته، وعلى هذا الأساس صار الإقناع لب العملية الحجاجية، القائمة على على المستويين الفكرى والعاطفى، وتلك هى الغاية من استراتيجية الإقناع (19) ، إحداث تغيير فى الموقف الفكرى أو العاطفى (20). ويمكن تلخيص آليات استراتيجية الإقناعية أو تقنياتها (21)فى الشكل رقم (4):



وبغض النظر عن مسوغات استخدام أى استراتيجية مما ذكرنا **(22)** فإننا نهتم هنا بكون تنوعها يخدم الخطاب البرلمانى بشكل كبير من حيث تسخيرها لأجل الإمتاع والإقناع، وإن ركّزنا على عوامل جذب المتلقى وإمتاعه أثناء الجلسة من خلال تنويع استراتيجيات الخطاب للحفاظ على التواصل الذهنى، فإننا نجدها واضحة فى بعض المداخلات الطويلة حيث لا يمكن للعضو الاستمرار على رتم واحد.

ثالثا: استخدام لغة الجسد فى الخطاب البرلمانى (سيميائية الخطاب):

تعدّ لغة الجسد من أهم استراتيجيات التواصل المؤثرة فى الإقناع؛ وذلك لقدرتها على التأثير المباشر على المتلقى بغض النظر عن المرجعيات الثقافية التى يتكون منها، وهى الأنسب عندما يكون المتلقين غير متكافئين فى الفكر، أو الثقافة، أو الطبقة الاجتماعية، أو غيره وهذه السمات المختلفة تنطبق على الشعب وهو المتلقى للخطاب السياسى، ويمكن للغة الجسد أن تكون حرباً نفسيّةً فى الخطاب السياسى، كما أنها استراتيجية ناجحة فى ربط المتلقى بمحتوى الخطاب وضمان استمتاعه.

إن لغة الجسد هى الاتصال غير الشفهى بين الأشخاص والتى تحدث باستخدام الحركات والوضعيات والمسافات (23)، وتأخذ أهميتها باتصالها بسلوك الإنسان غير المحكى وتفاعله الاجتماعى (24)، كما تشير الدراسات إلى أن الناس يستقبلون الرسائل من بعضهم البعض بحسب المعادلة الآتية : ٥٥٪ من لغة الجسد، ٣٨٪ من نبرة الصوت و ٧ ٪ من الكلمات التى تقال، كما أن ٦٥٪ – ٧٠٪ من الانطباع الأول الذى تتركه فى نفوس الآخرين يأتى من لغة الجسد، وقد أثبتت الدراسات أن الشخص يعطى حوالى عشرة آلاف إشارة جسدية فى الدقيقة الأولى من التعاطى مع الآخرين(25)، ولا ننسى أن لغة الجسد تعلمنا كيفية التعاطى مع الأشخاص الذين ينتمون إلى ثقافات وحضارات ومجتمعات مختلفة (26) ، وهى المرجحة للتواصل بين شخصين من لغتين مختلفتين.

ولسنا هنا بصدد تفسير معانى الإشارات والإيماءات الجسدية وإنما نبيّن أثرها كأحد عوامل الإمتاع فى الخطاب، ويمكن تلخيص ذلك فيما يلى:

1. إن تفعيل لغة الجسد فى الخطاب يسهل نقل الأفكار فالتلقى البصرى لا يقل أهميَّةً عن التلقّى السمعى، فالإشارات والإيماءات وحركة الوجه واليدين، وطريقة الجلوس، ونبرة الصوت وما إلى ذلك من لغة الجسد تشد الانتباه بنسبة ٦٥٪ **(27)** ، وهذا يخلق اتصالا بصريا وذهنيًّا بين المرسل والمتلقى يجعله حريصا على استماع المناقشة والمشاركة فيها والتأثر بها، ويظهر ذلك بالردود التى يحدثها المتلقى ويعبر عنها بلغة الجسد دون المقاطعة كهز الرأس بالنفى أو التأكيد والموافقة، أو الابتسامة الساخرة أو إظهار عدم الاهتمام بالحديث الجانبى وما إلى ذلك.
2. لغة الجسد تتلاءم مع نوع الفكرة وأهميتها، وتعدّ روافد دلالية ذات قيمة تأثيرية مهمة بالنسبة للمتكلم، تخدم فكرته وتقنع المتلقى وتجذبه لاستماع التفاصيل.
3. لغة الجسد مؤشر على صدق تجربة المتكلم الوجدانية التى يعيشها، فهى تظهر مشاعر الغضب، والسخط، والرضا، والاتفاق، والإعجاب بالحديث، وما أكثر المناقشات التى تنتهى بتصفيق أعضاء البرلمان للمتحدث منهم تأكيدا لما قال واقتناعا وتأيدًا للأفكار الشجاعة التى طرحها فى مناقشته.

4. لغة الجسد تخلو بين الطرفين حالة من التعايش الفكرى والوجدانى، وبه يستطيع الخطيب أن يقيس حالات الرضا وعدمه من تفحص لغة الوجوه، فإذا وجد علامات الرضا استرسل فى عرض فكرته، وإذا أدرك تململا عرف أن هناك خطأ فيعدل فى كلامه أو يعدل عنه. كما أنّ تحويل النظر مع الجسد يرمز إلى وجود حيوية وثقة بالنفس؛ لأن التخشب علامة على الخجل والتوتر والخوف، وهذا بحد ذاته يقلق الجمهور أيضا الاتصال البصرى بتوزيع النظرات بين أفراد الجمهور؛ لأن الكلام موجه للجميع، وتوزيع النظر مع ميول الجسد يشعر المتلقين بأن الخطيب يقدر وجودهم معه من كونه يكلمهم لا يكلم نفسه، ينشد قناعاتهم لا يتفاعل فقط مع قناعاته (28) .

وكم من الأفكار التى ولدت ميّتة من فم المتحدث رغم أهميتها، لأن قائلها لا يمتلك موهبة فى استخدام لغة الجسد أثناء طرحه ومناقشته. فليس الجميع قادر على تسخير لغة الجسد لدعم أفكاره. إنما هى موهبة يختص بها البعض ويستثمرها المحنكون منهم.

والخلاصة أنه أينما وجدت لغة الجسد وتوافقت مع المنطوق خرجت جلسات المناقشة البرلمانية من الرتابة وتفاعل المتلقيٍ واهتمَّ بما يقال فى الجلسة، وكلما احتدّ الصوت واشتد كُلَّما استمتع المتلقى وحرص على معرفة نتائج النقاش وكان أكثر تركيزا.

والسؤال الذى يطرح نفسه الآن بإلحاح هل هنالك ما يمكن تطويره فى الجلسات البرلمانية لخلق عنصر الإمتاع إلى هدفها الأساسى وهو الإقناع؛

وللإجابة على هذا السؤال تتبعنا الجلسات الحديثة فى مجلس الشورى العمانى، ووجدنا عدة عوامل تؤثر بشكل مباشر على شكل المناقشة ونسبة الإمتاع فيها وهى الآتى:

١- وجود وسائل الإعلام المتنوعة والمختلفة لنقل الجلسة وتغطيتها الإعلاميّة، حيث ترتفع رغبة أعضاء المجلس فى المناقشة عندما تكون الجلسة علنيّة، ويعدون لضمان ظهورهم الإعلامى بشكل جيد أمام الناخبين، وكذلك بالنسبة للوزير فإن أداءه والردود التى يصرح بها فى قبّة الشورى محسوبة عليه أمام الحكومة، وعلى ضوئها ينال الثقة أو يفقدها بشكل غير مباشر، وهذا لا ينطبق مع الجلسات السريّة لذلك تكون أكثر رتابة ويعزف الأعضاء عن المشاركة فيها.

٢- استخدام التقنيات الحديثة كالعروض المرئية والأنظمة الإلكترونية الأخرى تخلق عنصر الحماسة لدى المتلقين، لذلك يتوقع نتائج أفضل للجلسة فى حال قام الوزير باستخدام التقنيات فى عرض البيان بدلا من قراءته الشفهية المعتادة، ولاسيما أن بيان الوزير قد تم إرساله للمجلس بما لا يقل عن أسبوعين قبل الجلسة، وقد تمت قراءته ودراسته والتحضير لمناقشته من قبل الأعضاء، فهم لا يستمعون لجديد أثناء الجلسة وهذا بالتأكيد يفقدهم التواصل الذهنى مع ما يقوله الوزير أثناء تلاوته لبيانه الذى أشبع بالمناقشة فيما بينهم سابقا، وهذا يخلق الرتابة فى نفوسهم ولا سيما إن كانت قراءة البيان جافة تماما من لغة الجسد أو التجديد الذى يشد انتباههم.

- ولكن إن غيّر الوزير طريقة عرضه للبيان باستخدام التقنية مثلاً، كأن يلخص البيان فى أشكال وتصورات ذهنية بصرية يعرضها أمام المجلس، أو يبتكر طريقة لعرض الإحصاءات التى يقدمها ومقارناتها عبر الأعوام ونسب التغير ونوعه، فإنه بلا شك سيحظى بالقبول والمشاعر الإيجابية التى تحيى عنصرى المتعة والإقناع عند المتلقين.

الخاتمة والنتائج :

من خلال هذه الورقة البحثية نتوصل إلى عدد من النتائج المتعلقة بعناصر الإمتاع في جلسات المناقشة البرلمانية وهي كالآتي:

1. من أهم العوامل التي تحافظ على عنصر الإمتاع في الجلسة: استخدام اللغة الفصيحة والأساليب البلاغية، وتنويع استراتيجيات الخطاب في المناقشات البرلمانية، واستخدام لغة الجسد في الخطاب البرلماني (سيميائية الخطاب).
2. تحدث جمالية اللغة العربية بما فيها من بلاغة المنطوق وحسن التصوير وبراعة اختيار اللفظ، والمحسنات البديعيّة تأثيرا إيجابيا مباشراً عند المتلقي تجعله أكثر استمتاعا بخطاب المناقشات البرلمانية.
3. إن تنويع استراتيجيات الخطاب خلال جلسات المناقشة يخلق تواصلا ذهنياً بين المرسل والمتلقي، وهذا من شأنه الإطاحة برتابة الجلسة ويجعلها أكثر تشويقا ومتعة.
4. إن تفعيل لغة الجسد في الخطاب يسهل نقل الأفكار فالتلقي البصري لا يقل أهميّة عن التلقّي السمعي، فأينما وجدت لغة الجسد وتوافقت مع المنطوق خرجت جلسات المناقشة البرلمانية من الرتابة وتفاعل المتلقي واهتمّ بما يقال في الجلسة، وكلما احتدّ الصوت واشتدّ كلّما استمتع المتلقي وحرص على معرفة نتائج النقاش وكان أكثر تركيزاً.
5. وجود وسائل الإعلام المتنوعة والمختلفة لنقل الجلسة وتغطيتها الإعلاميّة، يؤثر على أداء الأعضاء بشكل إيجابي ويزيد من عنصر الإمتاع في الجلسة.
6. استخدام التقنيات الحديثة كالعروض المرئية والأنظمة الإلكترونية الأخرى إن وجدت يحدث فارقًا إيجابيا في إمتاع المتلقي لاستماع المناقشة.

المراجع:

1. الجاحظ، البيان والتبيين ، ج 1، ص 61.
2. انظر: مسعود بودوخة، البلاغة العربية بين الإقناع والإمتاع، ص 13، دارالكتب العلمية بيروت، لبنان، ط1 ، 2015م.
3. العسكري، الصناعتين، ص(10) تحقيق: علي محمد البجاويومحمد أبو الفضل إبراهيم،المكتبة العنصرية بيروت، 1419هـ
4. هشام مشبال، البلاغة والسرد والسلطة في (الإمتاع والمؤانسة)، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمّان، الأردن، ط 1، 2015م، ص 10. بتصرف.
5. ينظر: أرسطو، فن الخطابة ترجمة : عبد القادر قنيني ، الناشر : أفريقيا الشرق الدار البيضاء، الطبعة الأولى سنة النشر: 2008 م ، (ص 16).
6. ينظر: حمداوي، من الحجاج إلى البلاغة (ص 70) .
7. أسماء عبدالعال، من بلاغة الإقناع والإمتاع في رسالة تفضيل الصمت على النطق للجاحظ(255هـ)، المجلة العلمية ، جامعة الأزهر، العدد 41، ج 4 ، أكتوبر 2022م، ص3309-3311 .
8. معمر بن الغويني، استراتيجيات الخطاب في محاضرات الأدباء للراغب الأصفهاني، مجلة إشكالات في اللغة والأدب، جامعة عمار ثليجي الأغواط، مجلد: 09 عدد: 01 ، 2020، ص 592.
9. عبد الله حسن عبد الله القايد، التحليل النقدي للخطاب: الخطاب الإعلامي للدول المحاصرة لقطر، مذكرة ماجستير، إشراف د حافظ إسماعيلي علوي جامعة قطر، 2019، ص88.
10. عمر بلخير، إجراءات التحليل التداولي للخطاب، مجلة الثقافة، الجزائر: ع.19 ،إبريل 2009م، ص117.
11. إدريس مقبول، الاستراتيجيات التخاطبية في السنة النبوية، مجلة كلية العلوم الإسلامية المجلد الثامن العدد 15مجلد2، 1435 هـ - 2014م، ص543
12. إدريس مقبول، الاستراتيجيات التخاطبية في السنة النبوية، مرجع سابق، ص 5.
13. سفيان مطروش، ، استراتيجيات الخطاب عند الشيخ الابراهيمي، اطروحة دكتوراه، اشراف:سليمان بن سمعون، جامعة غرداية، 2018/2019، ص 68.

14.عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، مرجع سابق، ص 327.

15.خالد ناصري، الخطاب النبوي الشريف في الأربعين النووية مقاربة تداولية في القصد والحمل والتقبل، اطروحة دكتوراه، إشراف د. جمال مجناح جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2019/2020، ص44.

16.سفيان مطروش، مرجع سابق، ص 123

17.ادريس مقبول، الاستراتيجيات التخاطبية في السنة النبوية ، مرجع سابق، ص 551.

18.سفيان مطروش، مرجع سابق، ص 269.

19.غالم عبد الصمد، استراتيجيات الخطاب الإقناعي في بخلاء الجاحظ، مذكرة ماجستر ، اشراف بوجمعة عمارة، جامعة جيلالي ليابس، سيدي بلعباس، 2016–2017، ص55.

20.محمد اعرابي، استراتيجية الإقناع في الخطاب اللغوي التواصلي، مجلة رفوف مخبر المخطوطات الجزائرية في غرب إفريقيا،جامعة أدرار– الجزائر، العدد الرابع – ماي 4102 ، ص. 152.

21.سفيان مطروش، مرجع سابق، ص 215.

22. يمكن الاطلاع على المسوغات في استراتيجية الخطاب في الأربعين النووية "دراسة تداولية تحليلية" ، دراسة ماجستير لخولة العايب، جامعة غرادية، ص 27 –38.

23.ليلى شحرور، إسرار لغة الجسد ، ص 11.

24.كامل سرمك حسن ، لغة الجسد والاتكيت في العمل الإداري، ص 13.

25.انظر: ليلى شحرور، إسرار لغة الجسد ، ص 13 – 17.

26.مرجع سابق، ص 11.

27.بشير المساري، لغة الخطاب الدعوي، ط1. وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية القطرية، الدوحة، 2011م ، ص 106، بتصرف

28.المرجع السابق نفسه، ص 109 بتصرف.


شكرا على حسن الاستماع